

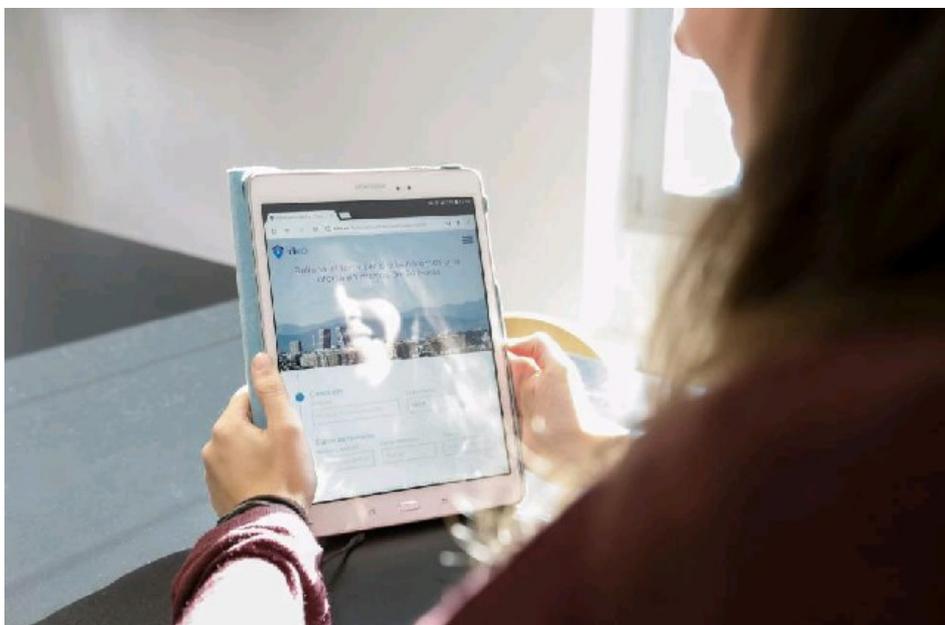
Las agencias sin comisión despuntan

Las inmobiliarias digitales prometen ahorros de miles de euros a los propietarios en la venta de las viviendas frente a las tradicionales, que ponen en valor los servicios y la profesionalidad



SANDRA LÓPEZ LETÓN

14 DIC 2017 - 12:31 CET



La agencia digital Tiko es una de las nuevas firmas llegadas al mercado español que compra la vivienda al vendedor en unos días. LORENA RUIZ

Prometen suculentos ahorros en la venta de una vivienda al desterrar las comisiones que cobran las inmobiliarias tradicionales. Ahorros que pueden llegar al 90%. Con esta tarjeta de visita las agencias digitales o *proptech* están tratando de hacerse con un trozo del pastel de la compraventa y alquiler de casas en España. Un dulce que van a tener que compartir con las veteranas, las de los locales a pie de calle, que dicen no sentirse amenazadas. "Es como una comparativa entre hágaselo usted mismo, con servicios integrales especializados", dice María José Corrales, presidenta de la Asociación Empresarial de la Gestión Inmobiliaria (Aegi).

Ahora bien, el cliente tiene que elegir entre unas u otras a la hora de vender, comprar o alquilar una vivienda. Las online ofrecen, por encima de todo, ahorro. Frente a las comisiones de entre el 3% y el 5% que exigen las tradicionales al vendedor —algunas también al comprador—, las *proptech* cobran una tarifa plana según los servicios contratados. De media, entre 300 y 600 euros. La mayoría solo cobra al vendedor pero alguna, como LemonKey, también al comprador (tarifa fija de 826 euros más IVA). La duración de los contratos va de tres a 12 meses.

VÍDEOS NEWSLETTERS

idealista



Casas nuevas y rebajadas listas para estrenar



Las casas más caras de las Islas Baleares

Buscar vivienda en:

Comprar Alquilar

Viviendas

Escribe dónde buscas **BUSCAR**

LO MÁS VISTO EN... » Top 50

- EL PAÍS Twitter Verne Economía
- Los trapos sucios del clan de los supermercados Aldi
- La Inspección de Trabajo rechaza el modelo laboral de Deliveroo
- La sociedad del descenso
- Los nuevos contratados cobran 100 euros menos que los recién jubilados
- La CNMC expedienta a Gas Natural y Endesa por alterar los precios de la luz
- Rajoy propondrá subir el salario mínimo un 4% en 2018
- Barcelona se sitúa entre las ciudades más

Calculan que ahorran miles de euros. Propertista fue una de las primeras en aterrizar, a comienzos de 2016 y ha comercializado más de 80 casas. "El ahorro medio por cliente es de 9.500 euros", señala Lorenzo Ritella, fundador. La firma Cliventa asegura que sus clientes dejan de pagar 12.000 euros de media. "Con esto pueden comprar un coche o una cocina para su nueva casa", añade Alejandro Briceño, cofundador de Cliventa.

Estos ahorros se consiguen porque quien enseña la casa es su dueño, por lo que no se generan los gastos de desplazamiento de un comercial. La forma de operar de estas agencias es similar: se hacen fotografías profesionales que se publican en distintos portales y luego "atendemos llamadas, resolvemos dudas, filtramos curiosos y seleccionamos a los interesados reales", comenta Arturo Ballester, consejero delegado de LemonKey, que nace en junio de la mano de Housers y Aguirre Newman y que asegura un ahorro medio de 13.000 euros.

Ahora bien, estas agencias cobran vendan o no vendan. La mayoría exige el pago por adelantado, sin asegurar el éxito de la operación. "En la inmobiliaria tradicional, en la mayoría de los casos, solo se cobra cuando se consigue la venta", defiende Vicenç Ramón Tur, gerente y consejero delegado de Rtv Grupo Inmobiliario.

Las agencias de toda la vida ponen en valor sus servicios para desmarcarse. "Si nos fijamos solo en el precio sí pueden competir, pero si comparamos el servicio no", advierte Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria, que recuerda que "aquello que el cliente valora por encima de todo es la experiencia profesional y el conocimiento de una determinada zona". Trato personal, asesoramiento legal y jurídico, estudio económico de los compradores, contratos de arras, financiación, pago de impuestos... Son solo algunos de los servicios que ofrecen las más curtidas. "La proptech es un autoservicio en el que prácticamente el cliente lo hace todo. Nosotros realizamos una gestión personal con un profesional cualificado que va a velar por tus intereses y va a defender tu precio", señala Javier Méndez, bróker de Re/Max Sunset en Fuengirola. "Ofrecemos un valor añadido que estas agencias, dada su poca experiencia y bagaje, no pueden dar a sus clientes", recalca Lázaro Cubero, director del departamento de Análisis e Informes del Grupo Tecnocasa, quien hace un símil con los seguro de bajo coste: "Pagas menos, pero lo sufres cuando tienes un percance". Y recuerdan que se trata de la mayor decisión, tanto a nivel económico como emocional, que realiza una familia. "Vender una propiedad es un proceso complejo y lleno de riesgos; lo menos importante es el reportaje fotográfico, atender una llamada o enseñar la casa", señala la presidenta de Aegi.

Pero lo cierto es que algunas firmas digitales sí ofrecen servicios, como asesoramiento legal o preparación de contratos, aunque contratando los paquetes de mayor importe (en torno a 600 euros). Hay incluso agencias híbridas, como LemonKey, que ya tiene oficinas en cinco ciudades.

Reinventar el modelo

Al margen del debate, han llegado para reinventar el modelo gracias a la digitalización.

amenazadas por la masificación turística

¿Qué riesgos tengo si comparto lotería de Navidad y toca?

🕒 Bruselas investiga a Ikea por reducir artificialmente su factura fiscal

¿Quiere un coche de gas natural? 3.500 euros de rebaja

Tanto, que acaban de aterrizar algunas que van más allá: se comprometen a comprar el piso en unos días. Una de ellas es Tiko, que realiza al propietario una oferta en 24 horas. La firma compra con un descuento medio sobre el precio del mercado de entre el 5% y el 7% porque asume el riesgo de la posterior venta y la gestión, ahorrando al cliente los gastos de gestoría. Luego reforma las viviendas y las vende en menos de 90 días. De forma similar trabaja Clicpiso, una startup española que compra viviendas en cuestión de días, haciendo el pago de manera instantánea.

Las primeras proptech llegan al mercado español en 2016 imitando modelos europeos como el británico, donde el 15% de las compraventas se hacen a través de inmobiliarias digitales. En España operan unas seis, aunque "podemos llegar hasta las diez en los próximos años", añade Briceño. La pregunta es obvia: ¿Hay sitio para todos? "Si, ya que en España tan solo el 45% de todas las compraventas pasan por un profesional. Las proptech vienen a posicionarse en parte de ese 55% que aún no cuenta con un agente", analiza Javier Méndez, de Re/Max. "Una situación similar vivimos cuando aparecieron los portales inmobiliarios y ahora vemos que no han hecho desaparecer a las agencias tradicionales", comenta Cubero, de Tecnocasa.

Además, se dirigen a dos segmentos de mercado diferentes. "En las digitales se valora mucho el low cost y están orientadas a personas más jóvenes que hacen buena parte del trabajo de campo", aseguran en Rtv. Coincide el vicepresidente de Alfa: "Convivirán ambos tipos de agencia y habrá servicios muy personalizados para personas que desean un alto nivel de atención y seguridad en sus operaciones, y otros modelos más económicos, con un servicio más automatizado y menos personal".

ARCHIVADO EN:

[Agencias inmobiliarias](#) · [Mercado inmobiliario](#) · [Vivienda](#) · [Urbanismo](#)

COMENTARIOS

[< Normas](#)

© EDICIONES EL PAÍS S.L. | [Contacto](#) | [Venta de contenidos](#) | [Publicidad](#) | [Aviso legal](#) | [Política cookies](#) | [Mapa](#) | [EL PAÍS en KIOSKOyMÁS](#) | [Índice](#) | [RSS](#)



Webs de PRISA ▲

